

home  
to go\_

Quartalsmitteilung  
Q1/26



# HomeToGo meldet eine Verbesserung des bereinigten EBITDA um 7,2 Mio. EUR (21,0%) im ersten Quartal 2026 auf vergleichbarer Basis

In den ersten drei Monaten des Jahres 2026 verzeichnete HomeToGo auf statutarischer Basis einen Anstieg der IFRS-Umsatzerlöse um 71,5 % gegenüber dem Vorjahr auf 59,0 Mio. EUR. Dieser Anstieg wurde maßgeblich durch die Konsolidierung von Interhome, Europas zweitgrößtem Ferienwohnungsverwalter, beeinflusst. Auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> blieben die IFRS-Umsatzerlöse in Q1/2026 mit 59,0 Mio. EUR gegenüber dem ersten Quartal 2025 stabil. Dies ist auf zwei gegenläufige Effekte zurückzuführen. Während die IFRS-Umsatzerlöse in unserem Segment HomeToGo\_PRO auf vergleichbarer Basis deutlich um 4,3 Mio. EUR bzw. 12,6 % auf 38,9 Mio. EUR stiegen, sanken die IFRS-Umsatzerlöse für unser Marktplatz-Segment um -5,0 Mio. EUR bzw. -19% auf 20,7 Mio. EUR, getrieben durch eine Reduzierung der Werbeausgaben um 20 % und eine anhaltende Verlagerung von Werbegeschäft hin zu Buchungsgeschäft (Onsite).

Das bereinigte EBITDA des Konzerns erreichte auf statutarischer Basis -26,8 Mio. EUR, was einer Verbesserung von 4,0 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Die bereinigte EBITDA-Marge verbesserte sich dank des konsolidierten Umsatzwachstums deutlich um +35,8%-Pkt. Auf vergleichbarer Basis verbesserte sich unser bereinigtes EBITDA deutlich um 7,2 Mio. EUR bzw. 21,0% von -34,0 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf -26,8 Mio. EUR im ersten Quartal 2026. Diese Entwicklung wurde durch signifikante Verbesserungen der Profitabilität sowohl im Segment HomeToGo\_PRO als auch im Marktplatz-Segment sowie durch die erstmalige Realisierung von Synergien aus der Integration von Interhome vorangetrieben und beweist die erfolgreiche Umsetzung des Strategiewechsels des Konzerns.

Das Management konzentriert sich weiterhin auf die Umsetzung seiner strategischen Roadmap für 2026: (i) Abschluss der Interhome-Integration und Realisierung von jährlichen Kostensynergien in Höhe von 10 Mio. EUR, (ii) weitere strategische M&A-Aktivitäten im Segment HomeToGo\_PRO, (iii) Harmonisierung der Marken innerhalb des Konzerns, (iv) Steigerung der operativen Exzellenz, insbesondere der Marketingeffizienz, im Segment Marktplatz und (v) Aufrechterhaltung der KI-Führungsrolle.

## Highlights des Geschäftsbereichs:

- **Das Segment HomeToGo\_PRO**, das Immobilienverwaltungsdienstleistungen für Ferienwohnungen in Europa und B2B-Softwarelösungen für den Ferienwohnungsmarkt umfasst, verzeichnete auf statutarischer Basis einen Anstieg der IFRS-Umsatzerlöse um 304,0% gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf 38,9 Mio. EUR und trägt nun 66 % zu den gesamten IFRS-Umsatzerlösen des Konzerns bei. Dieses starke Wachstum wurde primär durch einen Anstieg der volumenbasierten IFRS-Umsatzerlöse um 690,0% gegenüber dem Vorjahreszeitraum getragen, der hauptsächlich auf die Konsolidierung von Interhome zurückzuführen ist. Auf vergleichbarer Basis stiegen die IFRS-Umsatzerlöse in unserem Segment HomeToGo\_PRO deutlich um 4,3 Mio. EUR bzw. 12,6 %. Wie in jedem Jahr wurde die Profitabilität des Segments durch saisonale Schwankungen im verwalteten Geschäft sowie die erstmalige Konsolidierung von Interhome im ersten Quartal beeinflusst. Dies führte zu einer Verringerung des bereinigten EBITDA des Segments um -30,3% gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf -6,7 Mio. EUR. Das bereinigte EBITDA von HomeToGo\_PRO auf vergleichbarer Basis verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 4,5 Millionen Euro bzw. 39,8 %.
- **Das Marktplatz-Segment**, die KI-gestützte B2C-Plattform von HomeToGo, setzte seine überarbeitete strategische Ausrichtung um und priorisierte die Profitabilität gegenüber dem Umsatzwachstum. In den ersten drei Monaten des Jahres 2026 sanken die Buchungserlöse im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

---

<sup>1</sup> Da die Übernahme von Interhome zum 28. August 2025 abgeschlossen wurde, ist das Interhome-Geschäft auf statutarischer Basis nicht in den Vergleichszahlen für das erste Quartal 2025 nicht enthalten. Um einen direkten Vergleich zu ermöglichen, stellen wir in Abschnitt 1.1 „Ertragslage“ eine bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung auf Pro-forma-Basis zur Verfügung. Diese zeigt die Leistung des Konzerns so, als ob Interhome bereits seit dem 1. Januar 2025 zum Konzernergebnis beigetragen hätte.

um -9,1% auf 61,5 Mio. EUR, während die IFRS-Umsatzerlöse mit einem Rückgang von 19,4% auf 20,7 Mio. EUR deutlich stärker zurückgingen. Dies war hauptsächlich auf einen Rückgang des Werbeaufwendungen um 20% und einer anhaltenden Verlagerung von und eine anhaltende Verlagerung von Werbegeschäft hin zu Buchungsgeschäft (Onsite) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurückzuführen. Die gezielte Reduzierung der Werbeausgaben führte zu einer Verbesserung des bereinigten EBITDA um 11,8% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf -20,1 Mio. EUR im ersten Quartal 2026.

### Liquiditätsentwicklung:

- **HomeToGo verfügte zum Ende des Q1/2026 über eine solide Liquiditätslage** von 87,8 Millionen Euro. Dies entspricht einem sequenziellen Rückgang von 3,7 Mio. Euro gegenüber dem Ende des Geschäftsjahres 2025, der hauptsächlich auf die übliche Saisonalität unseres Geschäftsmodells, die geplante Zahlung des aufgeschobenen Kaufpreises für die Übernahme von Interhome sowie die erfolgreiche Refinanzierung unserer Kreditfazilität durch die Emission einer nordischen Anleihe zurückzuführen ist.

# HomeToGo auf einen Blick

Kennzahlen (in Tsd. Euro)	Q1/2026	Q1/2025	Veränderung
<b>HomeToGo-Gruppe</b>			
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>59.039</b>	<b>34.422</b>	<b>71,5 %</b>
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>-26.848</b>	<b>-27.975</b>	<b>4,0 %</b>
Bereinigte EBITDA-Marge	-45,5 %	-81,3 %	+35,8%-Pkt.
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-49.809</b>	<b>-38.730</b>	<b>-28,6 %</b>
<b>Free Cash Flow (FCF)</b>	<b>-635</b>	<b>-13.851</b>	<b>95,4 %</b>
Eigenkapital <sup>2</sup>	186.501	230.806	-19,2 %
Eigenkapitalquote <sup>2</sup>	30,7 %	37,4 %	-6,8%-Pkt.
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zzgl. anderer hochliquider kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte <sup>2,3</sup>	87.831	91.553	-4,1 %
Mitarbeiter*innen (zum Ende des Berichtszeitraums) <sup>2</sup>	1.482	1.536	-3,5 %
<b>HomeToGo_PRO</b>	<b>Q1/2026</b>	<b>Q1/2025</b>	<b>Veränderung</b>
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>38.937</b>	<b>9.638</b>	<b>304,0 %</b>
Subscriptions-Geschäft	6.904	5.583	23,7 %
Volumenbasiertes Geschäft	32.033	4.055	690,0 %
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>-6.742</b>	<b>-5.175</b>	<b>-30,3 %</b>
Bereinigte EBITDA-Marge	-17,3 %	-53,7 %	+36,4%-Pkt.
<b>HomeToGo Marktplatz</b>	<b>Q1/2026</b>	<b>Q1/2025</b>	<b>Veränderung</b>
<b>Buchungserlöse</b>	<b>61.487</b>	<b>67.627</b>	<b>-9,1 %</b>
Buchungsgeschäft (Onsite)	40.206	40.235	-0,1 %
Werbe-geschäft	21.281	27.392	-22,3 %
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>20.653</b>	<b>25.623</b>	<b>-19,4 %</b>
Buchungsgeschäft (Onsite)	11.623	12.101	-4,0 %
Werbe-geschäft	9.030	13.522	-33,2 %
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>-20.105</b>	<b>-22.800</b>	<b>11,8 %</b>
Bereinigte EBITDA-Marge	-97,3 %	-89,0 %	-8,4%-Pkt.
<b>Onsite Take Rate</b>	<b>12,8 %</b>	<b>13,1 %</b>	<b>-0,3%-Pkt.</b>
<b>Auftragsbestand der Buchungserlöse (Marktplatz)</b>	<b>75.415</b>	<b>74.667</b>	<b>1,0 %</b>
<b>Buchungen Onsite (in Tsd.)</b>	<b>294.733</b>	<b>306.126</b>	<b>-3,7 %</b>

<sup>2</sup> Zum 31. März 2026 bzw. 31. Dezember 2025

<sup>3</sup> Zum 31. März 2026 einschließlich 5,1 Mio. EUR an verfügbungsbeschränkten Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalente (zum 31. Dezember 2025: 6,7 Mio. EUR)

# Inhalt

## Konzern-Zwischenlagebericht

1.1 Ertragslage	6
1.2 Finanzlage	11
1.3 Vermögenslage	13
1.4 Ausblick und Prognose	14

## Konzern-Zwischenabschluss

2.1 Konzern-Gesamtergebnisrechnung	16
2.2 Konzernbilanz	17
2.3 Konzern-Kapitalflussrechnung	18

## Service

3.1 Glossar	19
3.2 Finanzkalender	22
3.3 Impressum	22

# Konzern-Zwischenlagebericht

## 1.1 Ertragslage

In Q1/2026 wurden die Geschäftsergebnisse der HomeToGo-Gruppe maßgeblich durch die Konsolidierung von Interhome im zweiten vollen Quartal beeinflusst. Gegenüber dem ersten Quartal 2025 stiegen die IFRS-Umsatzerlöse in Q1/2026 um 24,6 Mio. EUR auf 59,0 Mio. EUR, was einem Anstieg von 71,5% gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Dieses Wachstum war auf den anorganischen Effekt der Interhome-Akquisition (konsolidiert zum 28. August 2025) zurückzuführen, die auch die Umsatzstruktur der Gruppe deutlich veränderte.

**Das Segment HomeToGo\_PRO**, das Immobilienverwaltungsdienstleistungen für Ferienwohnungen in Europa und B2B-Softwarelösungen für den Ferienwohnungsmarkt umfasst, erzielte in Q1/2026 IFRS-Umsatzerlöse in Höhe von 38,9 Mio. EUR, was einem Anstieg von 304,0% gegenüber dem Vorjahresquartal entspricht. Diese Entwicklung wurde hauptsächlich durch die volumenbasierten IFRS-Umsatzerlöse des Segments (+690,0% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum) getragen, der die Einbeziehung des Managed-Services von Interhome widerspiegelt. Das Abonnementgeschäft innerhalb von HomeToGo\_PRO verzeichnete im ersten Quartal des Jahres ein Wachstum von 23,7% gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Im ersten Quartal 2026 erzielte das **Marktplatz-Segment**, das die KI-gestützte B2C-Plattform von HomeToGo umfasst, Buchungserlöse in Höhe von 61,5 Mio. EUR, was einem Rückgang von 9,1% gegenüber dem ersten Quartal 2025 entspricht. Dies spiegelt die bereits im Oktober 2025 angekündigte strategische Reduzierung der Marketinginvestitionen wider. Der Auftragsbestand der Buchungserlöse belief sich auf 75,4 Mio. EUR, ein Anstieg von 1,0% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die IFRS-Umsatzerlöse des Segments lagen bei 20,7 Mio. EUR, ein Rückgang von 19,4% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Dieser Rückgang ist primär auf die strategische Entscheidung zurückzuführen, die Profitabilität des Segments Marktplatz durch die Reduzierung der Marketingausgaben gegenüber dem Umsatzwachstum zu priorisieren, sowie auf die laufende Umstellung von Offsite- auf Onsite-Umsätze. Folglich sanken die IFRS-Umsatzerlöse aus dem Werbegeschäft im ersten Quartal 2026 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 33,2%. Das Buchungsgeschäft (Onsite) verzeichnete ebenfalls einen leichten Umsatzrückgang, die IFRS-Umsatzerlöse sanken um 4,0%. Die Onsite Take Rate erreichte in Q1/2026 12,8 %, ein Rückgang um 0,3%-Pkt gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Im ersten Quartal 2026 stieg die durchschnittliche Warenkorbgröße im Vergleich zum Vorjahr um 3,2 %. Dieser Anstieg war auf höhere durchschnittliche Tagesraten (ADR) in den meisten Regionen zurückzuführen, trotz einer allgemeinen Verkürzung der Aufenthaltsdauer (LOS).

Die Profitabilität des Konzerns verbesserte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Das bereinigte EBITDA stieg im ersten Quartal 2026 um 4,0 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf -26,8 Mio. EUR. Diese Verbesserung ist primär auf eine deutliche Margenausweitung in den Segmenten HomeToGo\_PRO, eine insgesamt disziplinierte Kostenstrategie und höhere Skaleneffekte infolge der Interhome-Konsolidierung zurückzuführen. Die Marketingeffizienz verbesserte sich weiter, was zu einer deutlichen Reduzierung der Marketing- und Vertriebskostenquote auf -76,2 % im ersten Quartal 2026 führte (Veränderung ggü. dem Vorjahreszeitraum: -138,4 %). Dies ist vor allem auf die geringere Marketingintensität im Marktplatz-Segment und den veränderten Umsatzmix nach der Interhome-Konsolidierung zurückzuführen. Parallel zur Verbesserung des absoluten bereinigten EBITDA des Konzerns stieg die bereinigte EBITDA-Marge im ersten Quartal 2026 deutlich um 35,8%-Pkt. gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf -45,5 %. Die Rentabilität im ersten Quartal ist in der Regel am niedrigsten im gesamten Geschäftsjahr, da wir den Großteil unserer Marketing- und Vertriebsausgaben sowie die generierten Buchungserlöse in der ersten Jahreshälfte verbuchen. Die meisten unserer Reisenden haben ihren Urlaub mit Anreisedaten gebucht, die die Realisierung der IFRS-Umsatzerlöse in der zweiten Jahreshälfte bestimmen, insbesondere in den reiseintensiven Sommermonaten Juli bis September.

Auf Segmentebene verbesserte sich das bereinigte EBITDA des Marktplatz-Segments um 2,7 Mio. EUR bzw. 11,8% gegenüber dem Vorjahreszeitraum und erreichte im ersten Quartal 2026 einen Wert von -20,1 Mio. EUR. Die bereinigte EBITDA-Marge von HomeToGo\_PRO verbesserte sich trotz des höheren saisonalen Verlusts (-30,3% gegenüber dem Vorjahreszeitraum) aufgrund des erweiterten Geschäftsumfangs nach der Übernahme von Interhome deutlich um 36,4%-Pkt. Sowohl der Marktplatz als auch die volumenbasierten Umsätze des PRO-Segments unterliegen dem saisonalen Muster der IFRS-Umsatzrealisierung mit einem Höhepunkt in den Sommermonaten und den Marketingausgaben in den Winter-/Frühjahrsmonaten. Das bereinigte EBITDA des Abonnementgeschäfts innerhalb des HomeToGo\_PRO Segments blieb hingegen über das Jahr hinweg relativ stabil.

## Bereinigte Konzern-Gesamtergebnisrechnung:

(in Tsd. Euro)	Q1/2026	Q1/2025	Veränderung
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>59.039</b>	<b>34.422</b>	<b>71,5 %</b>
Umsatzkosten <sup>4</sup>	-16.904	-1.097	-1.440,9 %
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>42.135</b>	<b>33.324</b>	<b>26,4 %</b>
Produktentwicklung und operativer Betrieb <sup>5</sup>	-12.929	-7.972	-62,2 %
Marketing und Vertrieb <sup>4</sup>	-45.009	-45.265	0,6 %
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen <sup>4</sup>	-10.901	-8.349	-30,6 %
sonstige Aufwendungen <sup>4</sup>	-748	-320	-133,8 %
sonstige Erträge <sup>4</sup>	604	607	-0,5 %
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>-26.848</b>	<b>-27.975</b>	<b>4,0 %</b>
Anteilsbasierte Vergütung	-4.707	-4.650	-1,2 %
Einmaleffekte	-1.531	-1.746	12,3 %
<b>EBITDA</b>	<b>-33.086</b>	<b>-34.370</b>	<b>3,7 %</b>
Abschreibungen auf Sachanlagen	-1.807	-2.391	24,4 %
Abschreibung immaterieller Vermögenswerte	-1.785	-933	-91,3 %
Abschreibung von Wertsteigerungen aus Unternehmenszusammenschlüssen	-5.444	-1.091	-399,0 %
Wertberichtigungen	—	-23	100,0 %
<b>EBIT</b>	<b>-42.122</b>	<b>-38.808</b>	<b>-8,5 %</b>
Finanzergebnis, netto	-7.964	82	-9.812,2 %
<b>EBT</b>	<b>-50.086</b>	<b>-38.726</b>	<b>-29,3 %</b>
Ertragsteuern	277	-4	7.025,0 %
<b>Periodenergebnis*</b>	<b>-49.809</b>	<b>-38.730</b>	<b>-28,6 %</b>

\*Die vollständige Konzern-Gesamtergebnisrechnung auf statutarischer Basis einschließlich der Ergebniszuweisung an Minderheitsgesellschafter finden Sie unter 2.1 Konzern-Gesamtergebnisrechnung.

<sup>4</sup> Bereinigt um Abschreibungen.

<sup>5</sup> Bereinigt um Abschreibungen, Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen und Einmaleffekte.

<b>Überleitung zum bereinigten EBITDA</b>				
<b>(in Tsd. Euro)</b>	<b>Q1/2026</b>	<b>Q1/2025</b>	<b>Veränderung</b>	
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-42.122</b>	<b>-38.808</b>	<b>-8,5 %</b>	
Abschreibungen	9.035	4.438	-103,6 %	
<b>EBITDA</b>	<b>-33.086</b>	<b>-34.370</b>	<b>3,7 %</b>	
Anteilsbasierte Vergütung	4.707	4.650	-1,2 %	
davon:				
Produktentwicklung und operativer Betrieb	1.521	1.717	11,4 %	
Marketing und Vertrieb	376	363	-3,6 %	
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	2.810	2.570	-9,3 %	
Einmaleffekte	1.531	1.746	12,3 %	
davon:				
Vereinnahmung der Abwertung aus dem beizulegenden Zeitwert von Gutscheinen und erhaltenen Vorauszahlungen	269	269	0,0 %	
Fusionen und Übernahmen	5	1.158	99,5 %	
Reorganisation & Restrukturierung	1.272	275	-363,0 %	
Sonstige	-15	45	407,9 %	
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>-26.848</b>	<b>-27.975</b>	<b>4,0 %</b>	
Bereinigte EBITDA-Marge	-45,5 %	-81,3 %	+35,8%-Pkt.	

Die Übernahme von Interhome durch die Gruppe in Q3/2025 führte zu einem Anstieg der Umsatzkosten um 15,8 Mio. EUR auf 16,9 Mio. EUR in Q1/2026 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dies entspricht einer Erhöhung der Kostenquote um 25,4%-Pkt.<sup>6</sup> Ähnlich wie Kraushaar bietet Interhome Dienstleistungen im Bereich der Ferienwohnungsverwaltung an, darunter insbesondere Reinigungs- und Wäscheservice. Die entsprechenden Aufwendungen für diese Dienstleistungen sind in den Umsatzkosten mit insgesamt 7,6 Mio. EUR ausgewiesen. Darüber hinaus beinhalten die Umsatzkosten Aufwendungen für Zahlungsdienstleister in Höhe von 1,2<sup>7</sup> Mio. EUR. Ebenfalls in den Umsatzkosten enthalten sind in Q1/2026 Personalkosten für Reinigungs- und Wäscheserviceleistungen in Höhe von 5,0 Mio. EUR (Q1/2025: null), die im Rahmen des Geschäftsmodells von Interhome als Reiseveranstalter anfallen.

Die Aufwendungen für Produktentwicklung und operativer Betrieb stiegen um 62,2% von 8,0 Mio. EUR in Q1/2025 auf 12,9 Mio. EUR in Q1/2026. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf die um 3,7 Mio. EUR gestiegenen Personalkosten infolge des erweiterten Konsolidierungsumfangs zurückzuführen. Demgegenüber stand eine Änderung der Darstellung der Aufwendungen für Immobilienverwaltungsdienstleistungen um 0,4 Mio. EUR, die seit Q3/2025 in den Umsatzkosten ausgewiesen werden und in Q1/2025 noch unter den Produktentwicklung und operativer Betrieb verbucht waren. Die bereinigte Kostenquote im Verhältnis zu den IFRS-Umsatzerlöse verbesserte sich im 1. Quartal 2026 aufgrund von Skaleneffekten leicht um 1,3%-Pkt. auf 21,9%<sup>8</sup> gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Die Marketing- und Vertriebsaufwendungen stiegen gegenüber dem Q1/2025 leicht um 0,3 Mio. EUR. Dieser Anstieg ist auf die gestiegenen Personalkosten von 2,9 Mio. EUR in Q1/2025 auf 4,7 Mio. EUR in Q1/2026 zurückzuführen, bedingt durch den erweiterten Konsolidierungsumfang. Der Anstieg der Personalkosten wurde nahezu kompensiert durch den Rückgang der Performance-Marketing-Ausgaben von 41,7 Mio. EUR im 1. Quartal 2025 auf 39,8 Mio. EUR im 1. Quartal 2026. Dieser Rückgang resultiert aus der bewussten Entscheidung des Vorstands, der Profitabilität Vorrang vor dem Wachstum im Markt zu räumen, und führte zu einer

<sup>6</sup> Bereinigt um Abschreibungen.

<sup>7</sup> Im Zuge der IFRS-Umstellung bei Interhome wurde festgestellt, dass die Aufwendungen für die Ferienwohnungsverwaltung und Zahlungsabwicklung in den Umsatzkosten auszuweisen sind. Daher wurde die Darstellung dieser Kosten im Q3/2025 geändert. Die Aufwendungen für die Ferienwohnungsverwaltung in Höhe von 0,4 Mio. EUR aus dem Vorjahresquartal Q1/2025 wurden unter Produktentwicklung und operativer Betrieb ausgewiesen. Die Aufwendungen für Zahlungsabwicklungsdienstleister in Höhe von 0,3 Mio. EUR aus dem Vorjahresquartal Q1/2025 wurden unter Allgemeine Verwaltungsaufwendungen ausgewiesen.

<sup>8</sup> Bereinigt um Abschreibungen, Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen und Einmaleffekte.

weiteren deutlichen Verbesserung der entsprechenden Kostenquote um 55,3%-Pkt. gegenüber 76,2%<sup>9</sup> in Q1/2026.

Die allgemeinen Verwaltungsaufwendungen stiegen von 8,3 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 10,9 Mio. EUR in Q1/2026. Dieser Anstieg ist auf höhere Personalaufwendungen zurückzuführen, die in Q1/2026 um 2,4 Mio. EUR auf 6,8 Mio. EUR zunahmen, sowie auf einen Anstieg der Lizenzaufwendungen um 0,5 Mio. EUR im selben Zeitraum. Dieser Anstieg ist im Wesentlichen auf den erweiterten Konsolidierungsumfang durch die Übernahme von Interhome. Die entsprechende bereinigte Kostenquote im Verhältnis zu den IFRS-Umsatzerlöse verbesserte sich in Q1/2026 um 7,5%-Pkt.<sup>10</sup>

Das Nettofinanzergebnis sank deutlich von 0,1 Mio. EUR in Q1/2025 auf -8,0 Mio. EUR in Q1/2026. Es beinhaltet nominale Zinsaufwendungen in Höhe von 1,2 Mio. EUR aus Altdarlehen sowie Zinsaufwendungen in Höhe von 0,6 Mio. EUR aus der am 24. Februar 2026 begebenen neuen nordischen Anleihe. Im Vorjahreszeitraum beliefen sich die nominalen Zinsaufwendungen insgesamt auf 0,2 Mio. EUR. Der Rückgang des Nettofinanzergebnisses ist zudem auf die vollständige Tilgung der verbleibenden Transaktionskosten in Höhe von 3,2 Mio. EUR aus dem Darlehen zurückzuführen, das im August 2025 für die Übernahme von Interhome aufgenommen wurde. Diese Transaktionskosten mussten in Q1/2026 vollständig getilgt werden, da das Darlehen als Voraussetzung für die Emission der neuen nordischen Anleihe vorzeitig zurückgezahlt wurde. Die Zinsaufwendungen beinhalten ebenfalls 1,3 Mio. EUR aus der Aufzinsung der aufgeschobene Kaufpreiszahlung für die Übernahme von Interhome. Die gesamten Finanzaufwendungen wurden durch Zinserträge in Höhe von 0,2 Mio. EUR im ersten Quartal 2026 teilweise kompensiert.

Da die Übernahme von Interhome zum 28. August 2025 abgeschlossen wurde, ist das Interhome-Geschäft gemäß statutarischer Basis nicht in den Vergleichszahlen für das erste Quartal 2025 enthalten. Um einen direkten Vergleich zu ermöglichen, stellen wir die folgende bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung pro forma zur Verfügung. Diese zeigt die Leistung des Konzerns so, als ob Interhome bereits zum 1. Januar 2025 zum Konzernergebnis beigetragen hätte.

### Pro Forma bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung:

(in Tsd. Euro)	Q1/2026	Q1/2025 HTG + Interhome (zusammengefasste Pro Formas)	Veränderung
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>59.039</b>	<b>59.041</b>	— %
Umsatzkosten <sup>9,11</sup>	-16.904	-16.227	-4,2 %
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>42.135</b>	<b>42.814</b>	<b>-1,6 %</b>
Produktentwicklung und operativer Betrieb <sup>9</sup>	-12.929	-12.646	-2,2 %
Marketing und Vertrieb <sup>9</sup>	-45.009	-53.073	15,2 %
allgemeine Verwaltungsaufwendungen <sup>9</sup>	-10.901	-12.439	12,4 %
sonstige Aufwendungen	-748	-991	24,5 %
sonstige Erträge	604	2.337	-74,2 %
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>-26.848</b>	<b>-33.998</b>	<b>21,0 %</b>
Bereinigte EBITDA-Marge	-45,5 %	-57,6 %	+10,3%-Pkt.

Auf vergleichbarer Basis blieben die IFRS-Umsatzerlöse in Q1/2026 mit 59,0 Mio. EUR gegenüber dem ersten Quartal 2025 stabil. Dies ist auf zwei gegenläufige Effekte zurückzuführen. Während die IFRS-Umsatzerlöse in unserem Segment HomeToGo\_PRO auf Pro-forma-Basis deutlich um 4,3 Mio. EUR bzw. 12,6% % auf 38,9 Mio. EUR stiegen, sanken die IFRS-Umsatzerlöse in unserem Marktplatz um -5,0 Mio. EUR bzw. -19% auf 20,7 Mio. EUR

<sup>9</sup> Bereinigt um Abschreibungen und Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen.

<sup>10</sup> Bereinigt um Abschreibungen, Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen und Einmaleffekte.

<sup>11</sup> Zur besseren Vergleichbarkeit wurden die zusammengefassten Pro Forma Zahlen angepasst. Aufwendungen für Zahlungsabwicklung i.H.v. -0,3 Mio. EUR sowie Aufwendungen aus Reinigungsdienstleistungen i.H.v. -0,4 Mio. EUR wurden jeweils aus Produktentwicklung und operativer Betrieb sowie aus den allgemeinen Verwaltungsaufwendungen in die Umsatzkosten umgliedert.

aufgrund der Strategieänderung der Gruppe auf dem Marktplatz , die eine starke Priorisierung der Rentabilität gegenüber dem Umsatzwachstum vorsieht, sowie einer anhaltenden Verlagerung von Werbegeschäft hin zu Buchungsgeschäft (Onsite).

Die Umsatzkosten auf vergleichbarer Basis stiegen im Vergleich zum ersten Quartal 2025 um 0,7 Mio. EUR bzw. 4,2%. Dieser leichte Anstieg resultiert hauptsächlich aus der verstärkten Nutzung von HomeToGo Payment durch unsere Partner im Marktplatz, was zu einem Anstieg der Kosten für Zahlungsdienstleister um 0,5 Mio. EUR führte. Gleichzeitig verbessert die Einführung von HomeToGo Payment unsere Working-Capital-Struktur, da wir mit diesem Zahlungsprodukt direkt nach dem Buchungsdatum auf unsere Provisionen zugreifen und diese Liquidität nutzen können.

Die Aufwendungen aus Produktentwicklung und operativer Betrieb stiegen auf vergleichbarer Basis nur geringfügig um 0,3 Mio. EUR bzw. 2,2% von 12,6 Mio. EUR in Q1/2025 auf 12,9 Mio. EUR in Q1/2026. Dieser leichte Anstieg resultiert im Wesentlichen aus einem Nettoeffekt von 0,2 Mio. EUR, der sich aus gestiegenen Personalkosten und gesunkenen Kosten für externe Dienstleistungen im Zusammenhang mit Interhome ergibt. Im Zuge der Ausgliederung und Integration hat Interhome bereits mehrere Übergangsdienstleistungsverträge mit seinem ehemaligen Gesellschafter Hotelplan beendet und einen Teil der Hotelplan-Mitarbeiter zu Interhome übernommen. Während die Aufwendungen für die ehemaligen Konzernumlagen teilweise in anderen Gewinn- und Verlustposten abgebildet wurden, schlägt sich der Anstieg der Personalkosten hauptsächlich in der Produktentwicklung und im operativen Geschäft nieder, da die neuen Aufgaben diesen spezifischen Kostenstellen zugeordnet wurden.

Auf vergleichbarer Basis sanken Marketing- und Vertriebsaufwendungen deutlich um 8,1 Mio. EUR bzw. 15,2% von 53,1 Mio. EUR in Q1/2025 auf 45,0 Mio. EUR in Q1/2026. Die Werbeausgaben wurden ebenfalls deutlich um 8,1 Mio. EUR reduziert, was die erfolgreiche Umsetzung der Strategieänderung des Konzerns im Marktplatz hin zu einer starken Priorisierung der Profitabilität gegenüber dem Umsatzwachstum belegt.

Die allgemeinen Verwaltungsaufwendungen sanken um 1,5 Mio. EUR bzw. 12,4% von 12,4 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf 10,9 Mio. EUR in Q1/2026 auf vergleichbarer Basis. Dieser Rückgang war im Wesentlichen auf zwei gegenläufige Effekte zurückzuführen. Während die Aufwendungen für Beratungsleistungen und Dienstleistungen Dritter um 2,3 Mio. EUR gesenkt werden konnten, führte ein Anstieg der Löhne und Gehälter um 0,8 Mio. EUR gegenüber dem ersten Quartal 2025 zu einer Gesamtverbesserung der allgemeinen Verwaltungsaufwendungen um 1,5 Mio. EUR.

Dank der deutlichen Verbesserung unserer Kostenstruktur (auf vergleichbarer Basis) verbesserte sich unser bereinigtes EBITDA signifikant um 7,2 Mio. EUR bzw. 21,0% von -34,0 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum auf -26,8 Mio. EUR in Q1/2026. Diese Entwicklung belegt die erfolgreiche Umsetzung der Strategieänderung des Konzerns im Marktplatz , die eine starke Priorisierung der Profitabilität gegenüber dem Umsatzwachstum vorsieht, sowie die Fortschritte bei der Integration von Interhome und die damit verbundenen Synergieeffekte.

## 1.2 Finanzlage

Die Liquidität und die finanzielle Entwicklung von HomeToGo werden in der folgenden verkürzten Kapitalflussrechnung dargestellt:

### Verkürzte Kapitalflussrechnung

(in Tsd. Euro)	Q1/2026	Q1/2025 (angepasst) <sup>12,13</sup>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Berichtszeitraums</b>	<b>91.553</b>	<b>70.790</b>
Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus operativer Tätigkeit	2.583	-10.798
Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus Investitionstätigkeit	-23.507	-38.156
Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus Finanzierungstätigkeit	17.173	81.511
Fremdwährungseffekte	28	-116
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des Berichtszeitraums<sup>14</sup></b>	<b>87.831</b>	<b>103.231</b>
Andere hochliquide kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	—	40.160
<b>Finanzmittel<sup>15</sup></b>	<b>87.831</b>	<b>143.391</b>

Im ersten Quartal 2026 führte die operative Tätigkeit von HomeToGo zu einem Nettomittelzufluss von 2,6 Mio. EUR (Q1/2025: -10,8 Mio. EUR). Die positive Entwicklung des Mittelflusses aus operativer Tätigkeit im ersten Quartal 2026 im Vergleich zu Q1/2025 wurde primär durch ein verbessertes Working-Capital-Management getragen, welche durch die erstmalige Konsolidierung von Interhome verstärkt wurde, sowie durch die weitere Ausweitung unseres Zahlungsprodukts.

Der Nettomittelabfluss aus Investitionstätigkeit im Q1/2026 beträgt -23,5 Mio. EUR (Q1/2025: -38,2 Mio. EUR) und spiegelt hauptsächlich die Zahlung der ersten Tranche der aufgeschobenen Kaufpreiszahlung in Höhe von -10,9 Mio. EUR im Zusammenhang mit der Übernahme von Interhome im Jahr 2025 wider sowie die Einzahlung auf ein Treuhandkonto in Höhe von -9,8 Millionen Euro für die zweite Tranche der aufgeschobenen Kaufpreiszahlung, die erst im ersten Quartal 2027 fällig wird. Die Nettomittelabflüsse aus Investitionstätigkeit beinhalten zudem aktivierte Softwareentwicklungskosten in Höhe von -2,7 Mio. EUR (Q1/2025: -2,7 Mio. EUR).

Im ersten Quartal 2026 belief sich der Nettomittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit auf 17,2 Mio. EUR (Q1/2025: 81,5 Mio. EUR) und beinhaltete im Wesentlichen Mittelzuflüsse in Höhe von 95,9 Mio. EUR aus der Emission einer nordischen Anleihe. Die Mittelabflüsse im ersten Quartal 2026 umfassten primär die Rückzahlung des alten Darlehens im Zusammenhang mit der Finanzierung der Interhome-Übernahme in Höhe von -75,0 Mio. EUR, Zahlungen des Tilgungsanteils von Leasingverbindlichkeiten in Höhe von -1,1 Mio. EUR sowie Zinszahlungen in Höhe von -2,6 Mio. EUR.

Insgesamt verringerte sich unsere Liquiditätslage (bestehend aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sowie anderen kurzfristigen, hochliquiden finanziellen Vermögensgegenständen) im ersten Quartal 2026 um -4,0 Mio. EUR auf einen Buchwert von 87,8 Mio. EUR zum 31. März 2026. Die Liquiditätslage ist weiterhin komfortabel und ermöglicht es uns, über den gesamten Konjunkturzyklus hinweg zu investieren und das Wachstum unseres Unternehmens flexibel sowohl organisch als auch anorganisch zu finanzieren.

<sup>12</sup> Die Darstellung der erhaltenen Zinsen und der gezahlten sonstigen Finanzierungskosten wurde geändert und von der operativen Tätigkeit in die Finanzierungstätigkeit umgegliedert.

<sup>13</sup> Die Rückzahlung des Verkäuferdarlehens im Q1/2025 im Zusammenhang mit dem Erwerb der GetAway-Gruppe wurde vom Nettomittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit in den Nettomittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeiten umgegliedert.

<sup>14</sup> Zum 3. März 2026 einschließlich 5,1 Mio. EUR an verfügbungsbeschränkten Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalente (zum 31. März 2025: 3,6 Mio. EUR).

## 1.3 Vermögenslage

Die Vermögenslage der Gruppe ist aus der folgenden verkürzten Bilanz ersichtlich:

(in Tsd. Euro)	31. März 2026		31. Dezember 2025		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	484.003	80 %	483.507	78 %	+496	— %
Kurzfristige Vermögenswerte	124.290	20 %	132.847	22 %	-8.557	-6 %
<b>Summe Aktiva</b>	<b>608.293</b>	<b>100 %</b>	<b>616.354</b>	<b>100 %</b>	<b>-8.061</b>	<b>-1 %</b>
Eigenkapital	220.717	36 %	265.796	43 %	-45.079	-17 %
Langfristige Schulden	215.038	35 %	172.730	28 %	+42.308	+24 %
Kurzfristige Schulden	172.538	28 %	177.828	29 %	-5.290	-3 %
<b>Summe Passiva</b>	<b>608.293</b>	<b>100 %</b>	<b>616.354</b>	<b>100 %</b>	<b>-8.061</b>	<b>-1 %</b>

Die langfristigen Vermögenswerte des Konzerns stiegen zum Ende des ersten Quartals 2026 gegenüber dem Jahresende 2025 leicht an. Dies ist hauptsächlich auf die Erfassung eines derivativen Finanzinstruments aus der Emission einer nordischen Anleihe (31. März 2026: 3,3 Mio. EUR) zurückzuführen, die jedoch durch die in den ersten drei Monaten des Jahres 2026 verbuchten Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte kompensiert wurde.

Die kurzfristigen Vermögenswerte zum 31. März 2026 sanken gegenüber dem 31. Dezember 2025, hauptsächlich aufgrund eines Rückgangs der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstiger Forderungen um 13,1 Mio. EUR in den ersten drei Monaten des Jahres 2026. Dieser Rückgang ist saisonbedingt und führt üblicherweise nach dem ersten Quartal zu geringeren ausstehenden Forderungen. Darüber hinaus verringerte sich die Liquidität des Konzerns (bestehend aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sowie anderen kurzfristigen, hochliquiden finanzielle Vermögenswerte) von 91,6 Mio. EUR zum 31. Dezember 2025 auf 87,8 Mio. EUR zum 31. März 2026. Einzelheiten zu den wesentlichen Faktoren, die zum Rückgang der Liquidität des Konzerns führten, finden Sie in Abschnitt 1.2 „Finanzlage“. Diese Effekte wurden teilweise durch den Anstieg der sonstigen finanzielle Vermögenswerte um 9,7 Millionen Euro in den ersten drei Monaten des Jahres 2026 kompensiert, der hauptsächlich auf ein zusätzliches Treuhandkonto im Wert von 9,8 Millionen Euro (2025: null) zurückzuführen war, das als Sicherheit für die Verpflichtungen des Konzerns im Zusammenhang mit der nordischen Anleihe dient.

Die langfristigen Verbindlichkeiten des Konzerns erhöhten sich zum 31. März 2026 auf 215,0 Mio. EUR, gegenüber 172,7 Mio. EUR zum 31. Dezember 2025. Dies ist hauptsächlich auf den Anstieg der Verbindlichkeiten von 49,4 Mio. EUR zum 31. Dezember 2025 auf 99,5 Mio. EUR zum 31. März 2026 zurückzuführen, bedingt durch zwei wesentliche, gegenläufige Effekte: die Rückzahlung des Darlehens zur Finanzierung der Übernahme von Interhome in Höhe von 75 Mio. EUR (langfristiger Anteil zum 31. Dezember 2025: 49,4 Mio. EUR) und die Emission einer nordischen Anleihe in Höhe von 101,0 Mio. EUR (Buchwert zum 31. März 2026: 99,5 Mio. EUR). Darüber hinaus verringerten sich die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten um 7,2 Mio. Euro, was auf die erste Rückzahlung der aufgeschobenen Kaufpreiszahlung in Höhe von 10,9 Mio. Euro im Zusammenhang mit dem Erwerb von Interhome im Jahr 2025 und eine Umklassifizierung von langfristigen zu kurzfristigen sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten zurückzuführen ist.

Die kurzfristigen Schulden sanken von 177,8 Mio. EUR zum 31. Dezember 2025 auf 172,5 Mio. EUR im dritten Quartal 2026. Der kurzfristige Teil der oben beschriebenen Kreditfazilität wurde zurückgezahlt und führte zu einem Rückgang des Fremdkapitalbestandes um 22,4 Mio. Euro. Der saisonale Anstieg der Reisetätigkeit führte zu einem Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von 45,6 Mio. Euro auf 53,2 Mio. Euro sowie zu einem Anstieg der Reisevorauszahlungen von 53,7 Mio. Euro auf 66,8 Mio. Euro.

## Gesamtbeurteilung

Der Vorstand bewertet die Geschäftsentwicklung in den ersten drei Monaten des Jahres 2026 positiv. HomeToGo erzielte durch das signifikante Wachstum des Segments HomeToGo\_PRO deutliche Steigerungen der IFRS-Umsatzerlöse. Das bereinigte EBITDA von HomeToGo verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, was auf die Fokussierung auf Marketingeffizienz und akquisitionsbedingte Gewinnsteigerungen zurückzuführen ist.

## 1.4 Ausblick und Prognose

Nach einem wegweisenden Jahr 2025 markiert 2026 das erste volle Geschäftsjahr, in dem Interhome vollständig konsolidiert ist. Dies wird das Profil und den operativen Fokus der HomeToGo-Gruppe maßgeblich prägen. Obwohl sich der Ferienwohnungsmarkt branchenweit weiterhin als robust erweist, bleiben wir in unseren Prognosen für die kommenden Monate vorsichtig. Wir beobachten das geopolitische Umfeld, insbesondere den anhaltenden Konflikt im Nahen Osten und dessen potenziellen Einfluss auf die Reisetimmung, weiterhin aufmerksam.

Die Finanzprognose von HomeToGo für 2026 berücksichtigt die makroökonomische Unsicherheit und die potenziell negativen globalen wirtschaftlichen Folgen dieses Konflikts. Darüber hinaus berücksichtigt unser Ausblick auch die erhöhte Volatilität der Devisenmärkte – insbesondere des Wechselkurses CHF/EUR, der nach der Integration von Interhome zum wichtigsten Währungspaar des Konzerns geworden ist.

Für das Geschäftsjahr 2026 rechnet die HomeToGo-Gruppe mit der Fortsetzung ihres profitablen Wachstums. Die IFRS-Umsatzerlöse sollen um mehr als 55 % steigen und einen Wert zwischen 400,0 und 410,0 Mio. EUR erreichen. Dank kontinuierlicher Kostenkontrolle, realisierter Synergien aus der Übernahme von Interhome und gesteigerter Marketingeffizienz streben wir eine Steigerung des bereinigten EBITDA der Gruppe auf 45,0 bis 47,0 Mio. EUR an (entsprechend einem Wachstum von über 240 % gegenüber dem Vorjahr).

## Ausblick

	Prognose für das Geschäftsjahr 2026
<b>IFRS-Umsatzerlöse</b>	<b>EUR 400 - 410 Millionen</b>
Veränderung vs. Vorjahr in %	>55 %
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>EUR 45 - 47 Millionen</b>
Veränderung vs. Vorjahr in %	>240 %

HomeToGo ist weiterhin fest von seinem mittelfristigen Wachstumskurs und dem Synergiepotenzial nach der Konsolidierung von Interhome überzeugt. Um diese Ziele zu erreichen, werden wir uns weiterhin auf skalierbare Wachstumsmöglichkeiten, operative Exzellenz und die zügige Integration von Interhome konzentrieren, um das erwartete Synergiepotenzial voll auszuschöpfen.

Insgesamt zeigen die Finanzkennzahlen und die Finanzlage, dass die wirtschaftliche Situation des Konzerns zum Zeitpunkt der Erstellung des Dreimonatsberichts für das Geschäftsjahr 2026 weiterhin gut ist.

Luxemburg, 12. Mai 2026

Vorstand der HomeToGo SE

Dr. Patrick Andrae  
Mitgründer & CEO

Wolfgang Heigl  
Mitgründer & CSO

Valentin Gruber  
COO

Sebastian Bielski  
CFO

# Konzern-Zwischenabschluss

## 2.1 Konzern-Gesamtergebnisrechnung

(in Tsd. Euro)	Q1/2026	Q1/2025
IFRS-Umsatzerlöse	59.039	34.422
Umsatzkosten	-20.307	-2.637
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>38.733</b>	<b>31.785</b>
Produktentwicklung und operativer Betrieb	-14.844	-9.923
Marketing und Vertrieb	-49.398	-48.015
Allgemeine Verwaltungsaufwendungen	-16.598	-13.270
Sonstige Aufwendungen	-618	-320
Sonstige Erträge	604	934
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-42.122</b>	<b>-38.808</b>
Finanzerträge	257	473
Finanzierungsaufwendungen	-8.221	-391
Finanzergebnis, netto	-7.964	82
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-50.086</b>	<b>-38.726</b>
Ertragsteuern	277	-4
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-49.809</b>	<b>-38.730</b>
Sonstiges Ergebnis	23	65
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>-49.786</b>	<b>-38.665</b>
<b>Zurechenbares Periodenergebnis:</b>		
Aktionär*innen der HomeToGo SE	-49.036	-38.542
Minderheitsgesellschafter	-773	-188
<b>Zurechenbares Gesamtergebnis:</b>		
Aktionär*innen der HomeToGo SE	-49.013	-38.477
Minderheitsgesellschafter	-773	-188

## 2.2 Konzernbilanz

(in Tsd. Euro)	31. März 2026	31. Dezember 2025
<b>Aktiva</b>		
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte und Geschäfts- oder Firmenwert	421.281	425.399
Sachanlagen	43.676	43.037
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	3.223	2.478
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	15.430	12.200
Latente Steueransprüche	393	393
<b>Summe langfristiger Vermögenswerte</b>	<b>484.003</b>	<b>483.507</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	11.198	24.313
Ertragsteuerforderungen	7.776	8.854
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	10.528	856
Sonstige Vermögenswerte	6.958	7.271
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	87.831	91.553
<b>Summe kurzfristiger Vermögenswerte</b>	<b>124.290</b>	<b>132.847</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>608.293</b>	<b>616.354</b>
<b>Passiva</b>		
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	3.461	3.461
Kapitalrücklage	615.469	615.469
Rücklage aus der Währungsumrechnung	-704	-701
Rücklage für die Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-1.506	-1.531
Rücklage für anteilsbasierte Vergütungen	121.060	116.353
Verlustvortrag	-551.281	-502.245
<b>HomeToGo-Aktionär*innen zurechenbares Eigenkapital</b>	<b>186.501</b>	<b>230.806</b>
Minderheitsgesellschafter	34.216	34.989
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>220.717</b>	<b>265.796</b>
Fremdkapitalaufnahme	99.506	49.356
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	81.902	89.140
Rückstellungen	3.323	3.235
Sonstige Verbindlichkeiten	457	397
Latente Steuerschulden	29.851	30.602
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>215.038</b>	<b>172.730</b>
Fremdkapitalaufnahme	605	23.018
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	53.203	45.604
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	20.422	22.327
Rückstellungen	2.395	2.141
Sonstige Verbindlichkeiten	77.277	63.401
Ertragsteuerverbindlichkeiten	18.635	21.338
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>172.538</b>	<b>177.828</b>
<b>Summe Schulden</b>	<b>387.576</b>	<b>350.558</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>608.293</b>	<b>616.354</b>

## 2.3 Konzern-Kapitalflussrechnung

(in Tsd. Euro)	Q1/2026	Q1/2025 (angepasst) <sup>15,16</sup>
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>-50.086</b>	<b>-38.726</b>
Anpassungen aufgrund von:		
Abschreibungen	9.035	4.414
Zahlungsunwirksamer Aufwand für Leistungen an Arbeitnehmer*innen - anteilsbasierte Vergütungen	4.707	4.650
Gewinn/ Verlust aus der Veräußerung von Sachanlagen	58	-1
Finanzergebnis, netto	7.964	-82
Nettoumrechnungsdifferenzen	43	58
<b>Veränderung der betrieblichen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten</b>		
Zunahme(-)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Forderungen	12.370	4.169
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen finanziellen Vermögenswerte	140	616
Zunahme(-)/Abnahme der sonstigen Vermögenswerte	290	-706
Zunahme/Abnahme(-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstiger Verbindlichkeiten	7.598	5.475
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten	-1.382	6.131
Zunahme/Abnahme(-) der sonstigen Verbindlichkeiten	13.850	5.749
Sonstige nicht zahlungswirksame Veränderungen der Forderungen und Verbindlichkeiten	—	210
Zunahme/Abnahme(-) der Rückstellungen	341	—
<b>Cashflow aus operativer Tätigkeit</b>	<b>4.930</b>	<b>-8.044</b>
Gezahlte(-)/erhaltene Ertragsteuern	-2.346	-2.754
<b>Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus operativer Tätigkeit</b>	<b>2.583</b>	<b>-10.798</b>
Erlöse aus der Veräußerung von Grundstücken, Anlagen und Ausrüstungen sowie immateriellen Vermögenswerten	11	7
Auszahlungen für erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte	—	-28.110
Auszahlungen für Sachanlagen	-520	-171
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte	-37	-205
Auszahlungen für selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	-2.671	-2.677
Zahlungen für aufgeschobene Kaufpreiszahlungen	-10.950	-7.000
Zahlungen für finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten	-9.751	—
Erhaltene Zinsen	411	—
<b>Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-23.507</b>	<b>-38.156</b>
Einzahlungen aus Fremdkapitalaufnahmen, abzüglich Transaktionskosten	95.866	58
Erhöhung des Eigenkapitals durch Aktionär*innen der Muttergesellschaft	—	82.623
Rückzahlung von Fremdkapital	-75.000	-26
Gezahlte Zinsen und sonstige Finanzierungsaufwendungen (-)	-2.573	-834
Tilgungsanteile der Leasingzahlungen	-1.120	-310
<b>Nettomittelzufluss/-abfluss(-) aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>17.173</b>	<b>81.511</b>
<b>Nettozunahme/-abnahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>-3.751</b>	<b>32.557</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Berichtszeitraums</b>	<b>91.553</b>	<b>70.790</b>
Auswirkungen von Wechselkursänderungen auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	28	-116
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende des Berichtszeitraums</b>	<b>87.831</b>	<b>103.231</b>

<sup>15</sup> Die gezahlten Zinsen und sonstigen Finanzierungskosten wurden von der operativen Tätigkeit in die Finanzierungstätigkeit umgegliedert.

<sup>16</sup> Die Rückzahlung des Verkäuferdarlehens im Q1/2025 im Zusammenhang mit der Übernahme der GetAway-Gruppe wurde von Finanzierungstätigkeit in Investitionstätigkeiten umgegliedert.

# Service

## 3.1 Glossar

### Finanzielle Haupt-Steuerungskennzahlen (KPIs)

#### Buchungserlöse

Buchungserlöse sind eine operative, nicht nach Rechnungslegungsgrundsätzen bestimmte Leistungskennzahl zur Messung der Performance, die wir als Nettowert der Buchungen in Euro definieren, der innerhalb eines Berichtszeitraums durch Transaktionen auf den HomeToGo-Plattformen ohne Berücksichtigung von Stornierungen erzielt wird. Buchungserlöse entsprechen nicht den nach IFRS erfassten Umsatzerlösen und sind nicht als deren Alternative oder Ersatz anzusehen. Anders als IFRS-Umsatzerlöse werden Buchungserlöse zum Zeitpunkt der Buchung erfasst. Umsatzerlöse aus dem nicht buchungsbasierten Geschäft wie die Erlöse aus dem Werbegeschäft oder Umsatzerlöse aus dem Subscription-Geschäft werden ohne Unterschied in den Buchungserlösen und den Umsatzerlösen nach IFRS erfasst, um die Darstellung der Umsätze zu vervollständigen.

#### IFRS-Umsatzerlöse

Umsatzerlöse gemäß IFRS-Bilanzierung. IFRS-Umsatzerlöse aus dem buchungsbasierten Geschäft werden zum Check-in-Datum erfasst, während Umsatzerlöse aus dem nicht buchungsbasierten Geschäft bei Erbringung der Dienstleistungen erfasst werden (Klick- oder Vermittlungsdatum). IFRS-Umsatzerlöse aus dem Subscription-Geschäft werden über einen bestimmten Zeitraum erfasst.

#### Bereinigtes EBITDA

Periodenergebnis vor

- (i) Ertragsteuern,
  - (ii) Finanzerträgen, Finanzierungsaufwendungen,
  - (iii) Abschreibungen,
- bereinigt um
- (iv) außerplanmäßige Abschreibungen,
  - (v) Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung und
  - (vi) Einmaleffekte. Bei den Einmaleffekten handelt es sich um einmalige und somit nicht wiederkehrende Aufwendungen und Erträge, die außerhalb des normalen Geschäftsbetriebs anfallen. Dazu zählen beispielsweise Erträge und Aufwendungen aus Unternehmenszusammenschlüssen und sonstigen M&A-Aktivitäten, Rechtsstreitigkeiten, Umstrukturierungen, Zuwendungen der öffentlichen Hand sowie andere unregelmäßig wiederkehrende Posten, die

eine Vergleichbarkeit der zugrunde liegenden Geschäftsentwicklung zwischen den Berichtszeiträumen erschweren.

#### Free Cash Flow (FCF)

Free Cash Flow ist definiert als Cashflow aus operativer Tätigkeit zuzüglich Zinsergebnis und abzüglich Investitionsausgaben, die als Nettoinvestitionen in Sachanlagen, immaterielle und selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte definiert sind.

#### Berichtssegmente und damit verbundene Umsatzaktivitäten

##### Marktplatz

Unser Berichtssegment Marktplatz umfasst alle Geschäftsmodelle und Umsatzaktivitäten, bei denen Reisende als unsere Kund\*innen im Mittelpunkt stehen. Dabei werden Umsatzerlöse meist nicht direkt über die Reisenden erwirtschaftet, sondern indirekt über unsere Partner. Es handelt sich um Umsatzaktivitäten aus dem Buchungsgeschäft (Onsite) und dem Werbegeschäft.

##### Buchungsgeschäft (Onsite)

Umsatzerlöse aus dem Buchungsgeschäft (Onsite) werden erwirtschaftet, wenn die Buchung des Reisenden vollständig über eine Website des HomeToGo Marktplatzes getätigt wird.

##### Werbegeschäft

Umsatzerlöse aus dem Werbegeschäft werden mit allen Aktivitäten erwirtschaftet, bei denen der (Buchungs-)Vorgang des Reisenden nicht vollständig über eine Website des HomeToGo Marktplatzes, sondern über die externe Website eines Partners getätigt wird.

##### HomeToGo\_PRO

Unser Berichtssegment HomeToGo\_PRO umfasst alle Geschäftsmodelle und Umsatzaktivitäten, bei denen die Anbieter\*innen der Ferienunterkünfte (Gastgeber\*innen, Ferienhaus-Vermietungsagenturen, Reiseziele und andere) oder andere (Reise-)Unternehmen, die gerne Ferienunterkünfte anbieten wollen, im Mittelpunkt stehen. Hier werden Umsatzerlöse berücksichtigt, die durch volumenbasierte Services sowie das Subscriptions-Geschäft erwirtschaftet werden, wobei diese Dienstleistungen darauf ausgerichtet sind, den direkten Anbieter\*innen am Markt für Ferienunterkünfte oder andere Dritte, erfolgreicher

zu machen. Die Ferienunterkünfte, die von unserem Segment HomeToGo\_PRO bedient werden, werden teilweise auf unserem Marktplatz beworben und generieren dort Erlöse. Umsatzerlöse und Aufwendungen zwischen den Segmenten werden in unserem KPI-Cockpit unter 'HomeToGo-Gruppe' in der Linie 'Konsolidierung' ausgewiesen.

### **Subscriptions-Geschäft**

Umsatzerlöse aus dem Subscriptions-Geschäft werden durch Software-as-a-Service („SaaS“) und Online-Werbedienstleistungen für direkte Anbieter\*innen von Ferienunterkünften erwirtschaftet, die unsere Plattform nutzen können, um dort ihre Unterkünfte über einen festgelegten Zeitraum zu inserieren - unabhängig von der Anzahl an Buchungen. Die Umsatzerlöse werden somit über einen bestimmten Zeitraum erfasst.

### **Volumenbasiertes Geschäft**

Umsatzerlöse aus dem volumenbasierten Geschäft ergeben sich aus verbrauchsabhängige Nutzungsentgelte für Software und andere Dienstleistungen wie z.B. im Bereich der Ferienimmobilienverwaltung, die sich im Wesentlichen aus der Menge der Buchungen und Dienstleistungen gegenüber den direkten Anbieter\*innen der Ferienunterkünfte oder einem anderen Dritten.

### **Weitere finanzielle KPIs (Nicht-GAAP)**

#### **Auftragsbestand der Buchungserlöse (Marktplatz)**

Der Auftragsbestand der Buchungserlöse (Marktplatz) umfasst Buchungserlöse vor Stornierung, die auf dem Marktplatz im Berichtszeitraum oder davor generiert wurden, wobei die IFRS-Umsatzrealisierung auf der Basis des Check-in-Datums nach der Berichtsperiode erfolgt.

#### **Onsite Take Rate**

Die Onsite Take Rate ist die realisierte Marge aus dem Bruttobuchungswert auf dem Marktplatz und wird definiert als der Quotient aus Buchungserlösen aus dem Buchungsgeschäft (Onsite) und dem Bruttobuchungswert aus dem Buchungsgeschäft (Onsite).

### **Nichtfinanzielle KPIs**

#### **Anzahl der Buchungen (Onsite)**

Diese Kennzahl stellt die Anzahl der Buchungen dar, die von Reisenden generiert werden, wenn der

Buchungsvorgang vollständig auf einer HomeToGo Marktplatz Website abgeschlossen ist.

### **Buchungswert pro Buchung**

Der Buchungswert pro Buchung wird definiert als Bruttobuchungswert pro Buchung vor Stornierungen; er umfasst Onsite-Buchungen, Buchungen auf externen Websites (Werbebusiness) sowie die Services von HomeToGo\_PRO. Der Buchungswert pro Buchung ist das Produkt des durchschnittlichen Übernachtungspreises mit der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer.

### **Stornierungsrate**

Die Stornierungsrate gibt Auskunft über den Anteil der Buchungserlöse, der nach einer Buchung storniert wird, jedoch bevor IFRS-Umsatzerlöse erfasst werden. Dieser Indikator wird auf fortlaufender Basis überwacht und zur Erstellung von Prognosen und Budgets genutzt.

### **Weitere definierte Begriffe**

#### **Partner**

Unternehmen (wie Online-Reiseagenturen (OTAs), Reiseveranstaltungsgesellschaften, Ferienhaus-Vermietungsagenturen, andere Anbieter\*innen von Unterkünften, Softwarepartner) oder Privatpersonen, die Unterkünfte vertreiben, verwalten oder besitzen, die sie direkt oder indirekt über Plattformen der HomeToGo-Gruppe anbieten.

#### **Campaign Builder**

Eines der besten Beispiele für einen HomeToGo-eigenen Werbe-Tech-Stack, mit dem sich Marketingkampagnen über viele Märkte und Marken effizient skalieren lassen. Mit Campaign Builder lassen sich viele Kampagnen gleichzeitig und automatisiert darstellen. Der Tech-Stack erfasst und erkennt die Suchnachfrage anhand Millionen von Suchbegriffen. So erhalten Reisende genau den Inhalt, den sie suchen.

#### **HomeToGo Design System und White-Label-Lösung**

Eine intern entwickelte modulare technische Plattform, die für verschiedene HomeToGo Marken und externe Marken verwendet wird.

#### **NIST**

Leitfaden für die Cybersicherheit, der Branchenstandards und Best-Practice-Ansätze zur Steuerung von Informationssicherheitsrisiken in sich vereint.

### **HomeToGo Payments**

HomeToGo's eigene Zahlungslösung, die in Zusammenarbeit mit weltmarktführenden Zahlungsanbietern entwickelt wurde.

### **HomeToGo Add-ons**

Zusätzliche Dienstleistungen, die auf unserer Plattform angeboten werden, um ein vollumfängliches und unkompliziertes Erlebnis zu bieten, wie z. B. der Zugang zu Stornierungsschutz und umfassender Reiseversicherung.

### **SaaS**

Software-as-a-Service.

### **AMIVAC**

Bietet Subscription-basierte Dienste sowohl für Gastgeber\*innen als auch für professionelle Agenturen an. AMIVAC SAS (Paris, Frankreich) ist eine unmittelbare (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.

### **e-Domizil**

Spezialist für Ferienhausvermietungen mit den Marken e-domizil, e-domizil CH, atraveo und tourist-online.de. Die e-domizil GmbH (Frankfurt am Main, Deutschland) ist eine unmittelbare (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH und hat zwei Tochtergesellschaften: die e-domizil AG (Zürich, Schweiz) und die Atraveo GmbH (Düsseldorf, Deutschland).

### **Escapada Rural**

ESCAPADA RURAL SERVICIOS PARA PROPIETARIOS SL (Barcelona, Spanien) ist eine direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.

### **Feries**

Feries S.r.l. (Mailand, Italien) ist eine direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH, die vor allem die Websites Agriturismo.it und Case- Vacanza.it betreibt.

### **GetAway (Kurz Mal Weg and Kurzurlaub)**

Zwei deutsche branchenführende Spezialanbieter von Themenreisen und Hotelangeboten für Kurztrips. Die GetAway Travel GmbH (Leipzig, Germany), die Super Urlaub GmbH (Schwerin, Deutschland) und ihre österreichische Tochtergesellschaft, die Kurzurlaub SHBC GmbH (Wien, Österreich), sind

mittelbare Tochtergesellschaften (Beteiligung von 51 %) der HomeToGo GmbH.

### **Interhome**

Führender Spezialist für Ferienwohnungen und unterstützt Hausbesitzer bei der Vermietung und Betreuung ihrer Ferienwohnungen. Interhome ist vor Ort an den Reisezielen für Gäste und Hausbesitzer verfügbar. Die Holding des Interhome Teilkonzerns, die HHD AG (Glattburg, Schweiz), ist eine direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.

### **Kraushaar & timwork**

Spezialisten für Ferienhausvermietungen und -verwaltung mit dem Fokus auf Ferienunterkünfte im Norden von Deutschland. Kraushaar Ferienwohnungen GmbH (Hamburg, Deutschland) und timwork GmbH (Grube, Deutschland) sind eine mittelbare Tochtergesellschaft (beides Beteiligung von 100%) der HomeToGo GmbH.

### **SECRA**

Bietet Software für Gastgeber\*innen, Vermietungsagenturen und Destinationen an, die eine durchgängige Verwaltung und Vermarktung von Ferienunterkünften ermöglicht. SECRA Bookings GmbH (Sierksdorf, Deutschland) ist eine direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.

### **Smooobu**

SaaS-Komplettlösung, die eigenständige Gastgeber\*innen einfacher mit passenden Partnern verbindet. Die Smooobu GmbH (Berlin, Deutschland) ist eine direkte (hundertprozentige) Tochtergesellschaft der HomeToGo GmbH.

## 3.2 Finanzkalender

Veranstaltung	Termin
Hauptversammlung 2026	16. Juni 2026
Q2 2026 Financial Results and Earnings Call	18. August 2026
Herbstkonferenz, Frankfurt   Main	31. August 31 - 01. September, 2026
Baader Investmentkonferenz, München	21. September 2026
CF&B Mid-Cap Event	30. September 2026
Q3 2026 Financial Results and Earnings Call	12. November 2026

## 3.3 Impressum

Kontakt

HomeToGo SE

9, rue de Bitbourg

L-1273 Luxembourg

ir.hometogo.de

[press@hometogo.com](mailto:press@hometogo.com)

Investor Relations

Carsten Fricke, CFA

IR@hometogo.com